



Chamber Business Poll



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2566

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และหอการค้าไทย
โทรศัพท์ 0-2697-6341 Fax. 0-2697-6342



ทัศนคติ พฤติกรรมและการใช้จ่ายของผู้บริโภค ช่วงวันวาเลนไทน์

จำนวน 1,255 ตัวอย่าง (ทั่วประเทศ)

สำรวจช่วง 30 มกราคม - 4 กุมภาพันธ์ 2566

เพศ

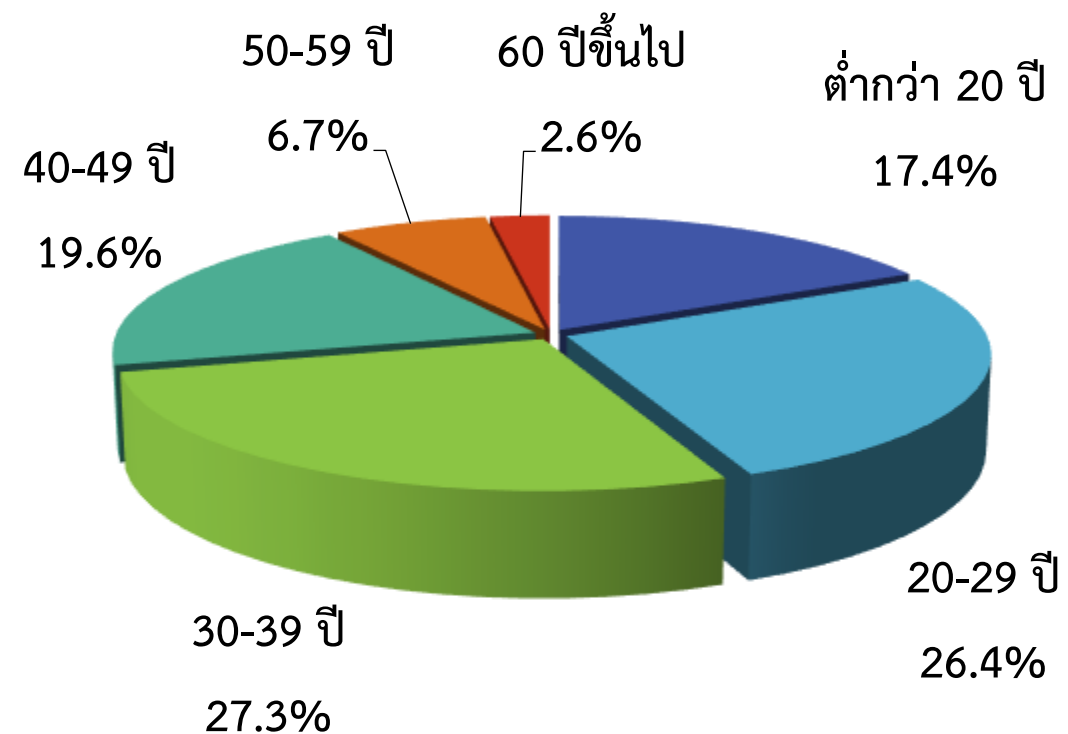


45.8%



54.2%

อายุ





ระดับการศึกษา

	ร้อยละ
ประถม	1.6
มัธยมต้น	12.4
มัธยมปลาย/ปวช.	22.0
อนุปริญญา/ปวส.	22.0
ปริญญาตรี	41.2
สูงกว่าปริญญาตรี	0.8



รายได้

	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	10.6
5,001 – 10,000 บาท	17.0
10,001 – 20,000 บาท	24.2
20,001 – 30,000 บาท	17.0
30,001 – 40,000 บาท	23.6
มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	7.6



Generation

BABY BOOMERS



3.2%

GENERATION X



18.4%

GENERATION Y



52.5%

GENERATION Z



25.9%



ภูมิภาค

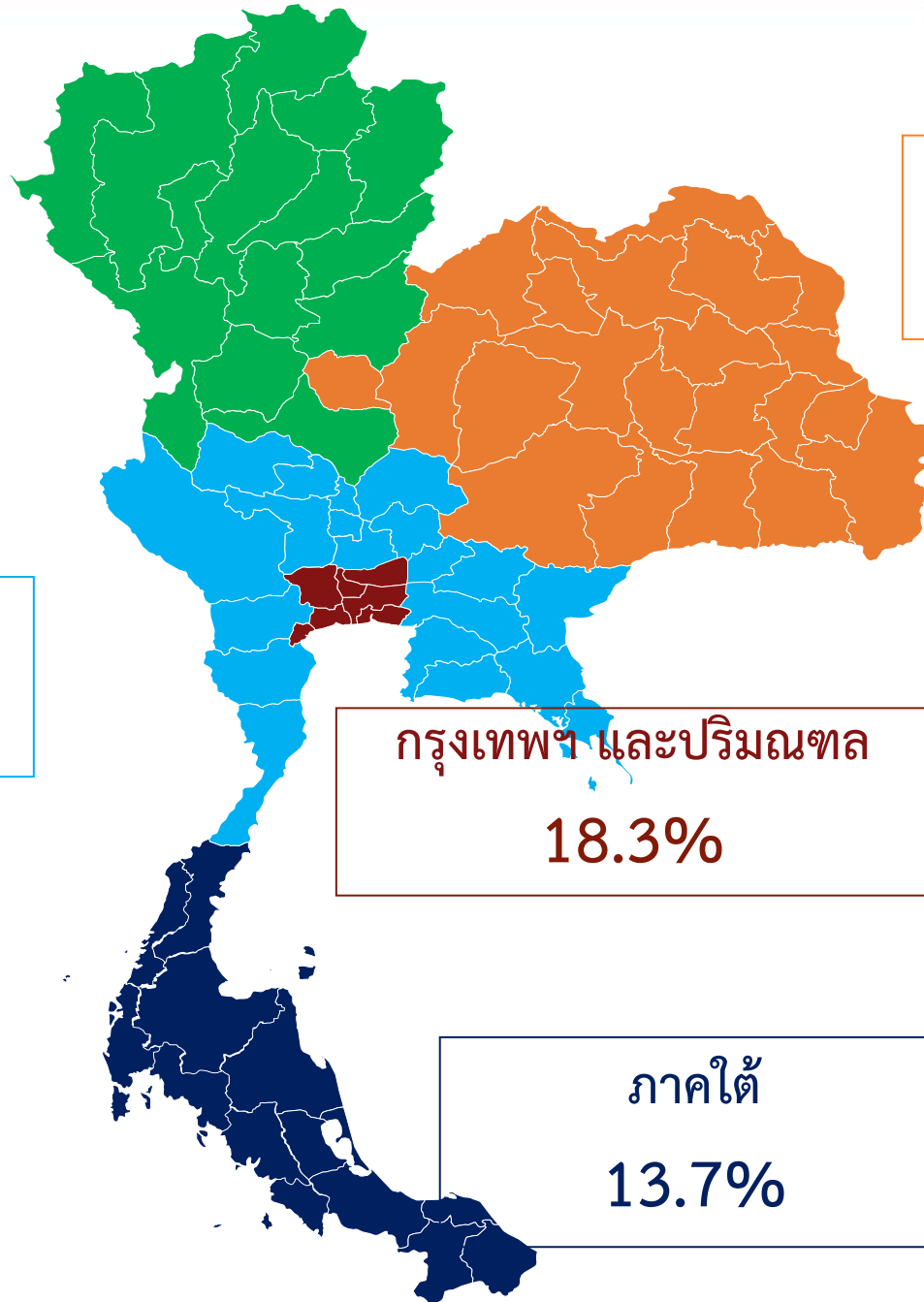
ภาคเหนือ
17.6%

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
31.8%

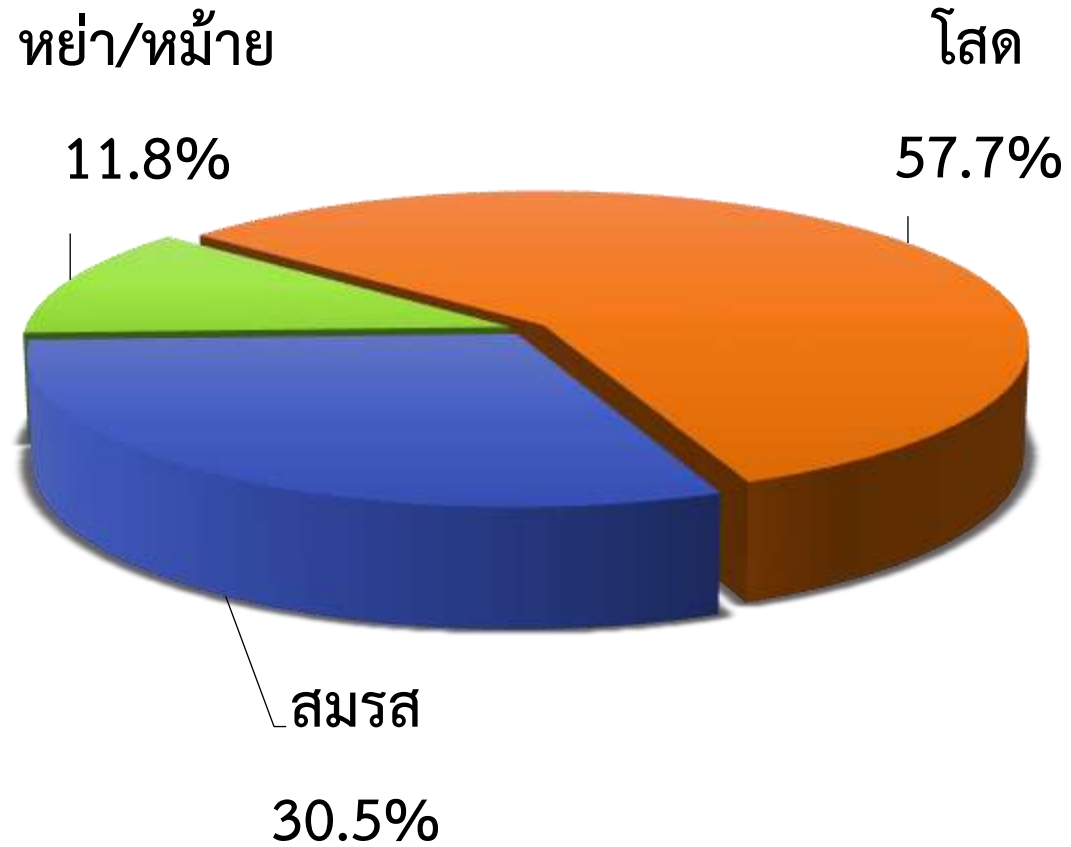
ภาคกลาง
18.6%

กรุงเทพฯ และปริมณฑล
18.3%

ภาคใต้
13.7%



สถานะ



กรณีที่เป็นโสด	ร้อยละ
ยังไม่มีแฟน	49.3
มีแฟนแล้ว	39.2
มีคนรู้ใจแล้ว	11.5



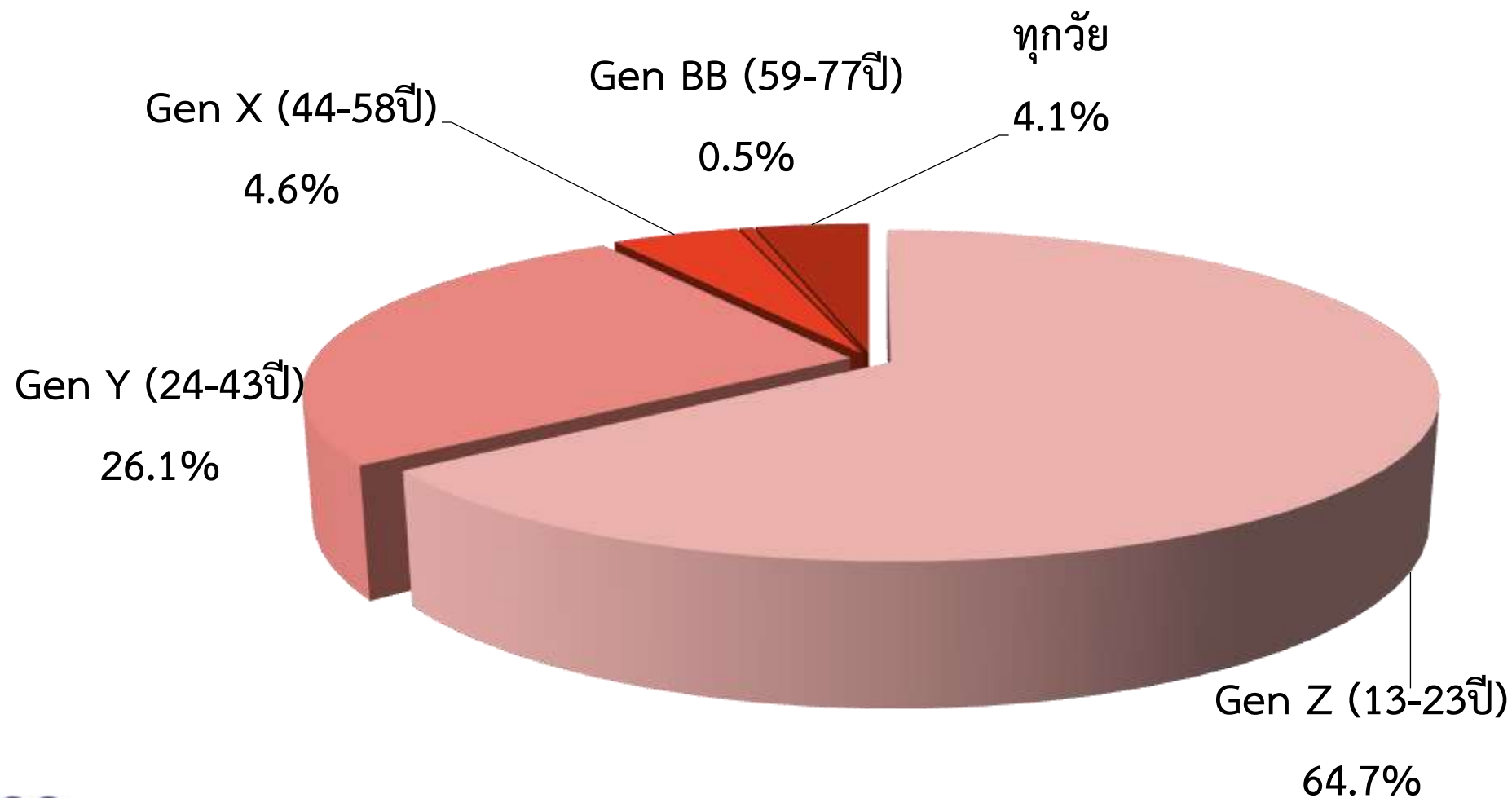
ความคิดเห็นเกี่ยวกับ วันวาเลนไทน์



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ



การให้ความสำคัญกับวันวาเลนไทน์จำแนกตาม Gen



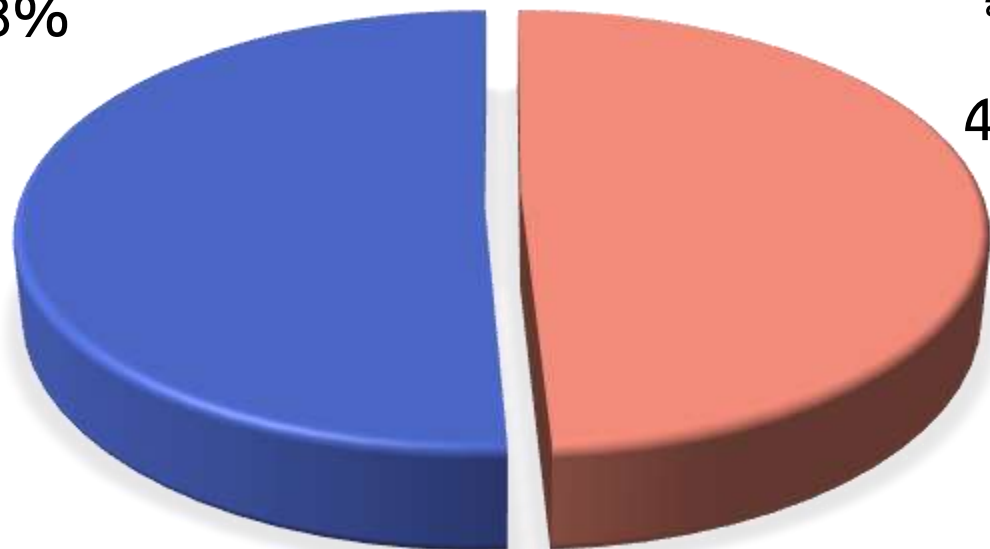
พฤติกรรมและการใช้จ่ายของ
ในช่วงวันวาเลนไทน์ ปี 2566



การลองวันวาเลนไทน์

ไม่ลอง

50.8%



ลอง
49.2%

- โสด (72.7%)
 - มีคนรู้ใจแล้ว (14.9%)
 - มีแฟนแล้ว (54.4%)
- ส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 40 ปี (85.3%)





การฉลองวันวาเลนไทน์



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)





ความรักของท่านคืออะไร: แยกตาม Gen

อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	หน่วย: ร้อยละ	
	Gen Z	Gen Y	Gen X	โดยรวม
ความสนุก	3.5	1.9	-	2.3
ความรับผิดชอบ	0.7	3.8	5.6	2.8
ความสุข	51.0	32.9	23.0	38.7
กำลังใจ	25.2	19.0	25.0	21.9
การร่วมทุกข์ร่วมสุข	6.3	20.0	27.0	15.5
ความเข้าใจ	13.3	22.4	19.4	18.8
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0



ช่องทางการบอกรัก/อวยพรในวันวาเลนไทน์



UTCC
**Center for Economic
and Business Forecasting**
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

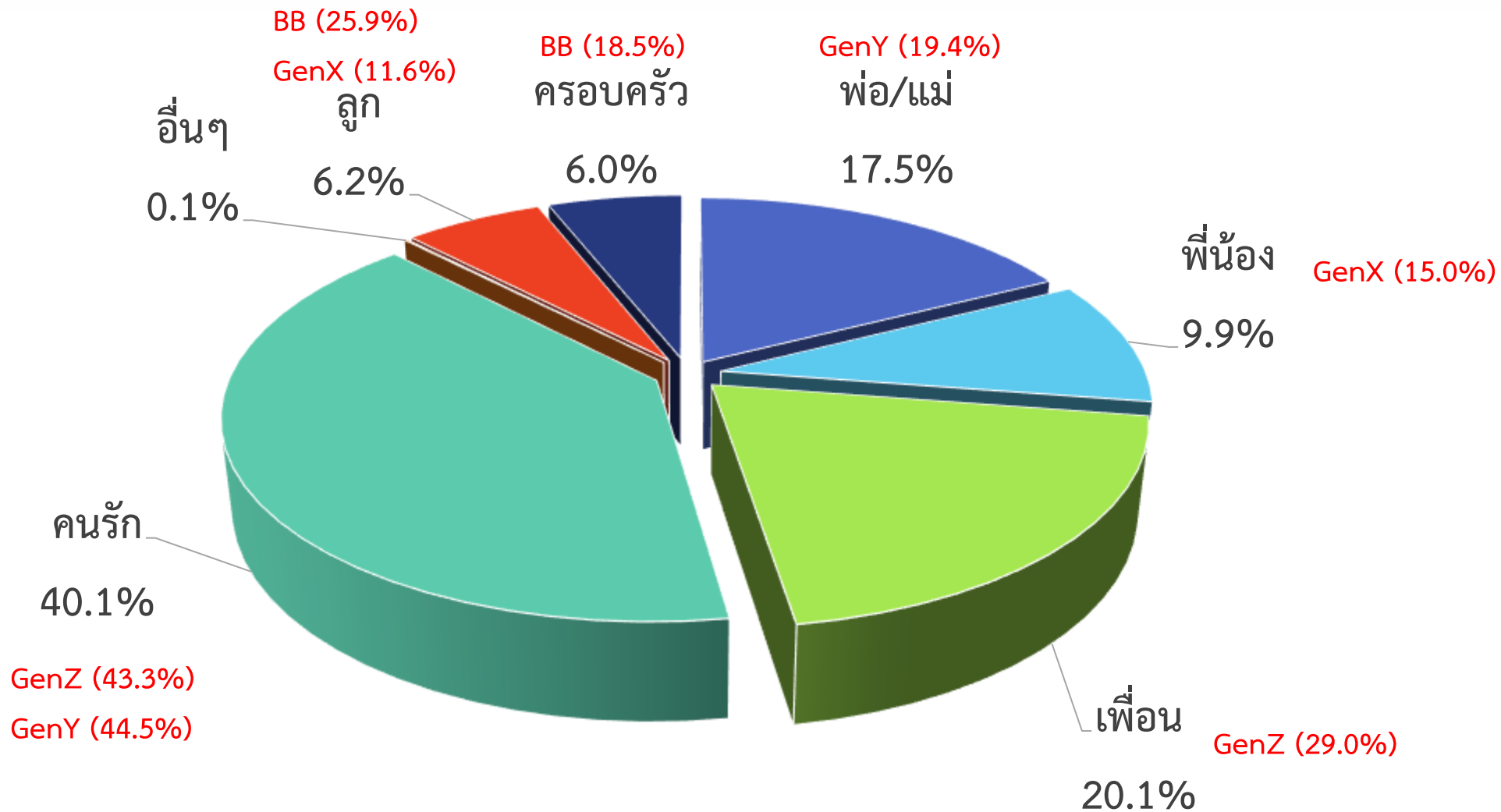
(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

GenY (27.1%)





ในวันวาเลนไทน์อยากมอบความรักให้กับใครมากที่สุด





ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อของขวัญในวันวาเลนไทน์



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

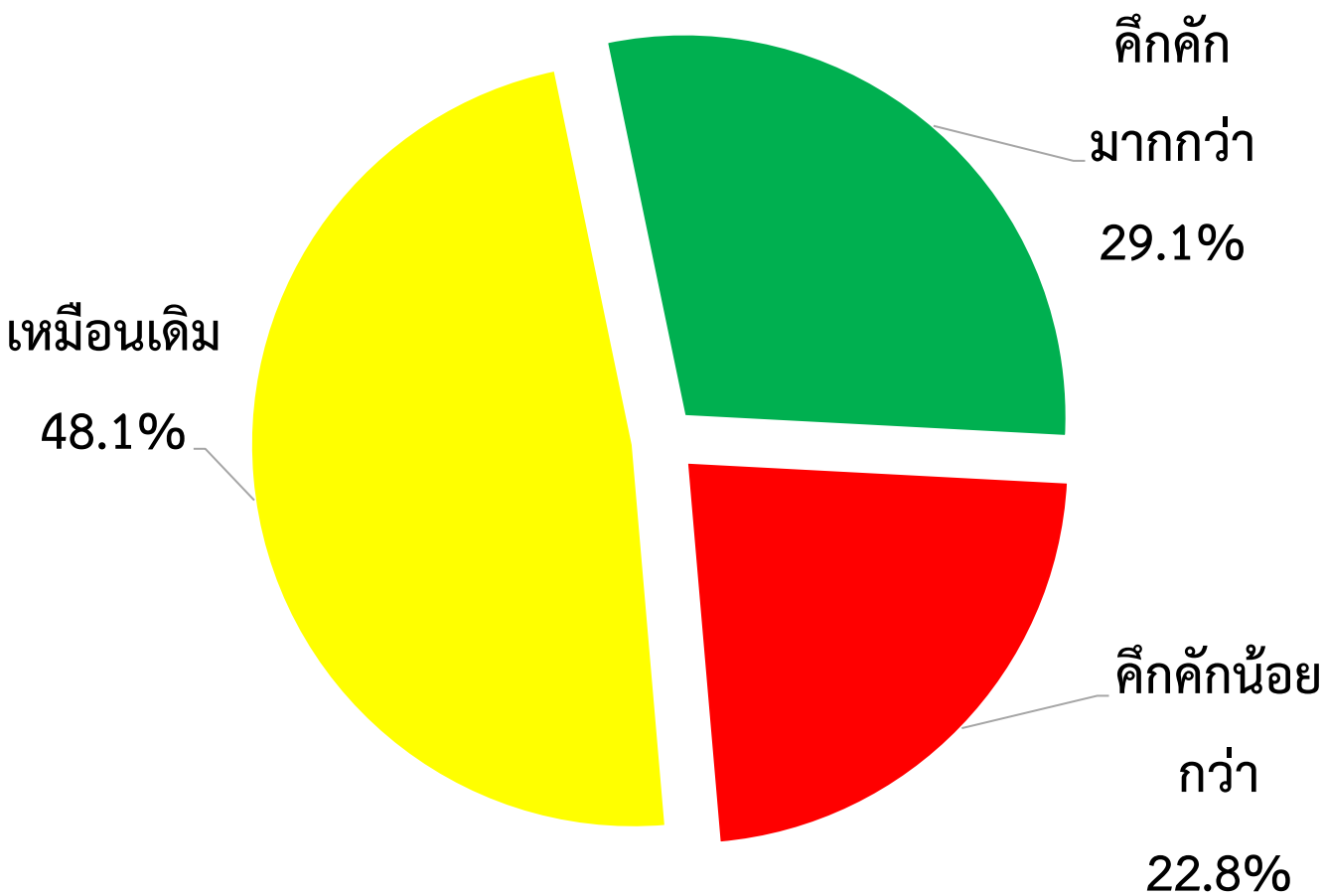
E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)





ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรยากาศในวันวาเลนไทน์ในปี 2566 เทียบกับปี 2565



หน่วย: ร้อยละ

มีสถานที่ที่เที่ยวมากขึ้น	55.8
คาดหวังว่าเศรษฐกิจจะดีขึ้น	15.5
ผู้ปกครองไม่อยู่	12.2
นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐ	9.4
ราคาสินค้าถูกลง	6.6
อื่นๆ	0.5

ราคาสินค้าแพงขึ้น	27.5
เศรษฐกิจแย่ลง	25.6
ตกงาน	24.2
รายได้ลดลง	14.0
มีความกังวลเรื่องความปลอดภัย	6.3
การแพร่ระบาดโควิด-19	2.4



การเปลี่ยนแปลงมูลค่าการใช้จ่ายในช่วงวันวาเลนไทน์

หน่วย : ร้อยละ

กิจกรรม และการซื้อของ	ร้อยละ ของผู้ตอบ 64	ร้อยละ ของผู้ตอบ 65	ร้อยละ ของผู้ตอบ 66	จำนวนเงิน เฉลี่ย	เพิ่มขึ้น	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง
ในช่วงวันวาเลนไทน์	26.3	20.0	52.3	1,342.63	38.5	25.6	35.9



UTCC
**Center for Economic
and Business Forecasting**
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



ค่าใช้จ่ายเฉพาะชื่อของสำหรับมอบให้กับคู่รัก โดยเฉลี่ย (บาท/คน)



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ



ค่าใช้จ่ายเฉพาะชื่อของสำหรับมอบให้กับคู่รัก: จำแนกตาม Gen



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

ค่าใช้จ่ายเฉพาะชื่อของสำหรับมอบให้กับคู่รัก: จำแนกภูมิภาค



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ



การใช้จ่ายโดยรวมในช่วงวันวาเลนไทน์ (บาท/คน)



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)



การใช้จ่ายโดยรวมในช่วงวันวาเลนไทน์: จำแนกตาม Gen

จรรยา งามสวัสดิ์



UTCC
**Center for Economic
and Business Forecasting**
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

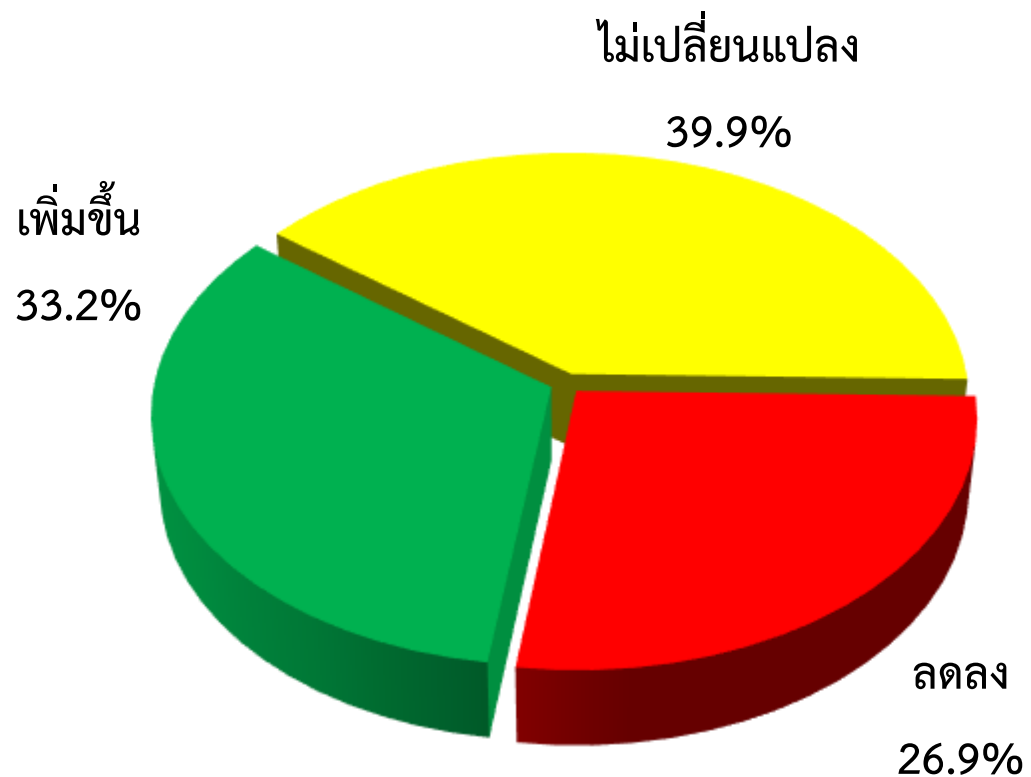
E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)

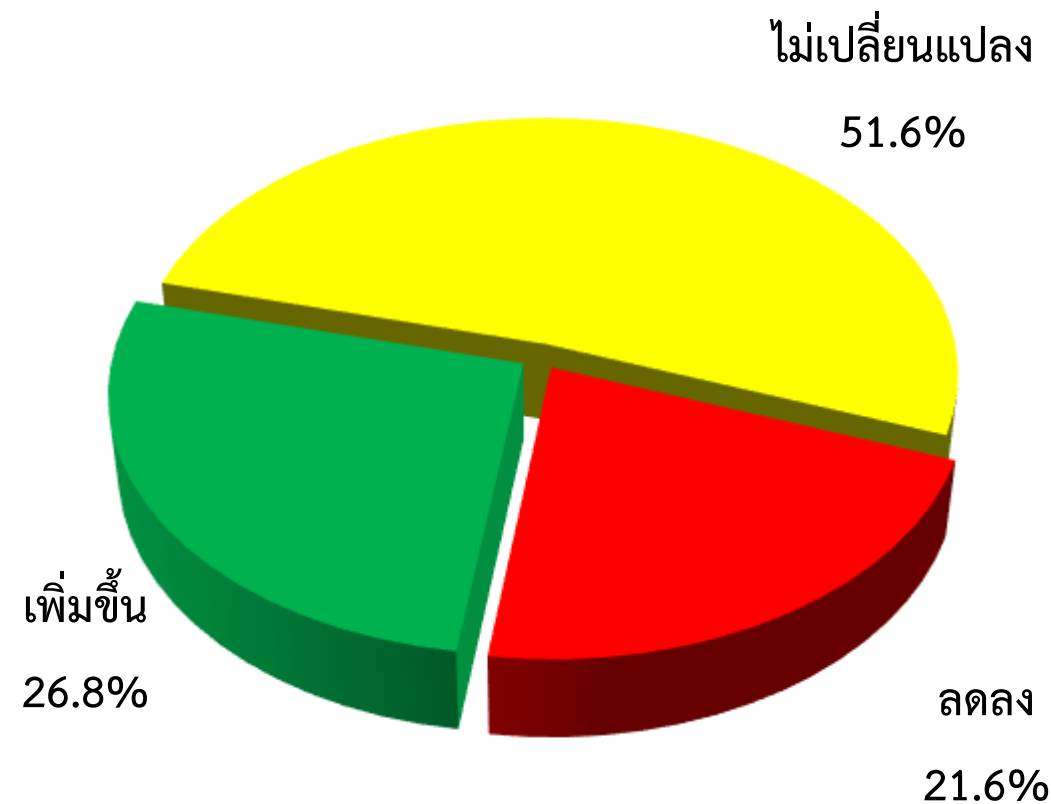


การซื้อขายสินค้าในช่วงวาเลนไทน์ ปี 2566 เทียบกับปี 2565

มูลค่า



ปริมาณ





เหตุผลในการใช้จ่ายในช่วงวาเลนไทน์ ปี 2566 กับปี 2565

เหตุผลที่ใช้จ่ายมูลค่าเพิ่มขึ้น	ร้อยละ
สินค้า/บริการแพงขึ้น	64.3
ค่าครองชีพสูง	16.6
ความต้องการสินค้ามีมากขึ้น	14.0
นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ	4.7
อยากไปท่องเที่ยว	0.4

เหตุผลที่ใช้จ่ายมูลค่าลดลง	ร้อยละ
รายได้ลดลงไม่พอรายจ่าย	29.4
ประหยัดการใช้จ่าย	14.3
สินค้าน่าราคาแพงขึ้น	11.4
เศรษฐกิจไม่ดี	11.2
ค่าใช้จ่ายมากขึ้น	11.0
มีหนี้มากขึ้น	9.8
ค่าครองชีพสูง	8.4
โควิด-19	3.0
ตกงาน	1.4





ที่มาของเงินที่ใช้ในช่วงวันวาเลนไทน์: แยกตาม Gen และภูมิภาค

หน่วย: ร้อยละ



	เงินเดือน	เงินช่วยเหลือภาครัฐ	เงินออม	โบนัส	เงินแต่ะเอีย	โดยรวม
Gen Z	64.0	1.9	20.1	2.3	11.7	100.0
Gen Y	76.2	3.9	10.4	6.7	2.8	100.0
Gen X	74.3	3.4	15.5	6.1	0.7	100.0
Baby	69.3	3.8	26.9	-	-	100.0
โดยรวม	72.5	3.3	14.4	5.2	4.6	100.0



กทม.และปริมณฑล	59.1	-	28.8	7.6	4.5	100.0
ตะวันออกเฉียงเหนือ	65.7	8.1	15.5	6.4	4.4	100.0
กลาง	67.6	-	19.4	7.1	5.9	100.0
เหนือ	81.6	-	9.5	3.8	5.1	100.0
ใต้	90.2	2.3	3.8	0.8	3.0	100.0
โดยรวม	72.5	3.3	14.3	5.2	4.6	100.0





เงินสะสมในช่วงวันวาเลนไทน์

ปี พ.ศ. (เฉลี่ยรวม)

50

51

52

53

54

55



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม
กรุณาติดต่อ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

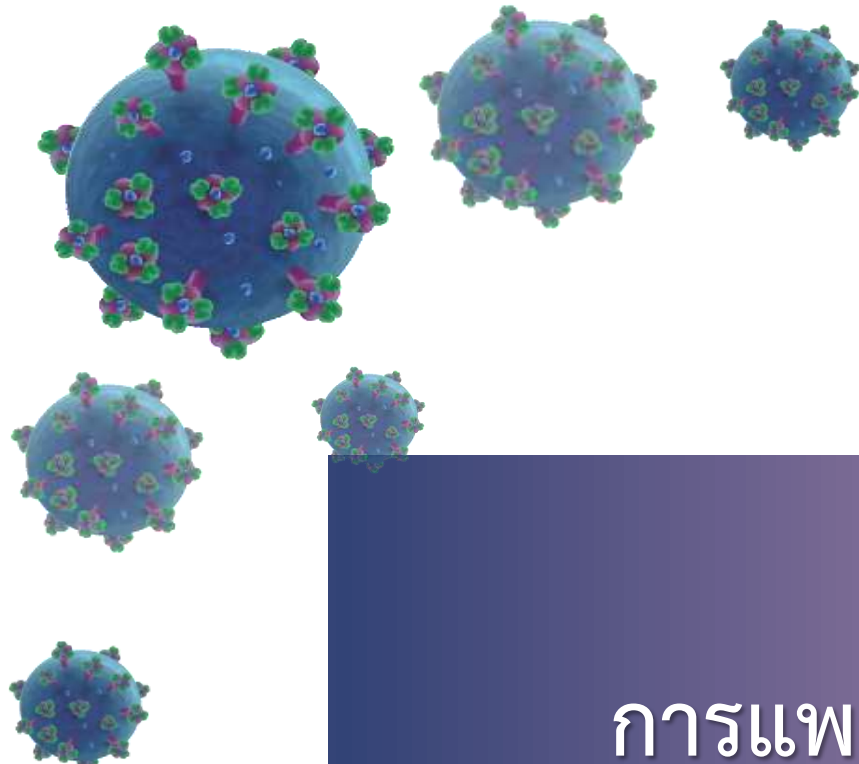
TEL. 0-2697-6341 FAX. 0-2697-6342

หรือส่งข้อความขออนุเคราะห์ข้อมูลมาที่

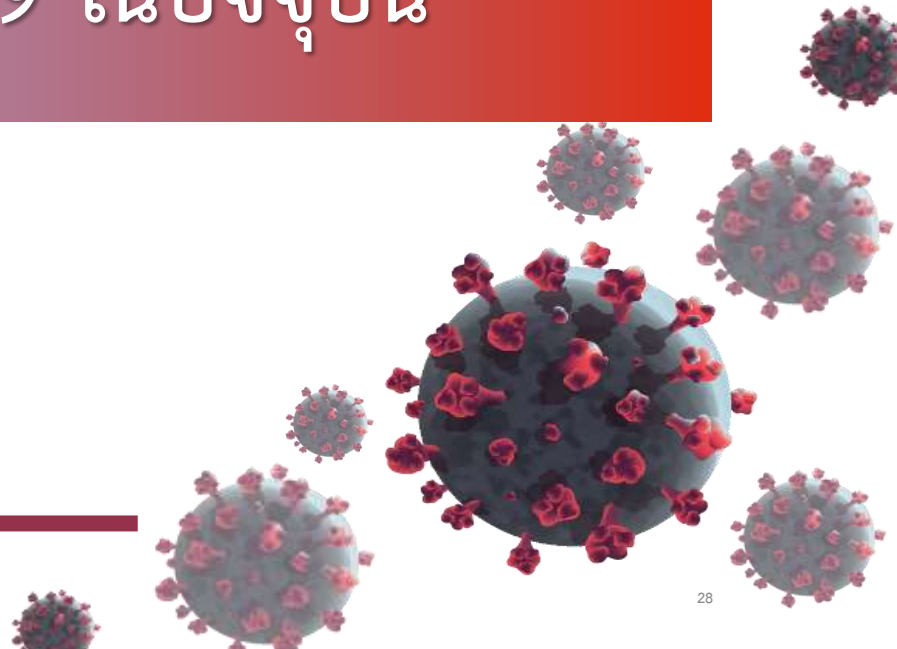
E-Mail: utcccebf@utcc.ac.th

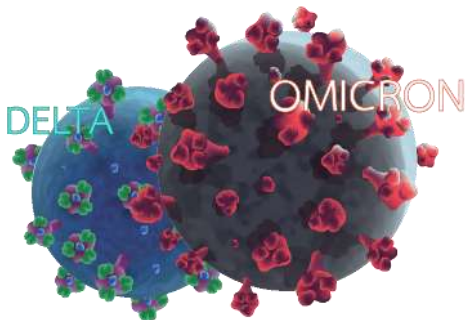
(โดยระบุชื่อหน่วยงาน ชื่อผู้ขอ หัวข้อที่ต้องการ และการนำข้อมูลไปใช้ต่อ)





ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปัจจุบัน





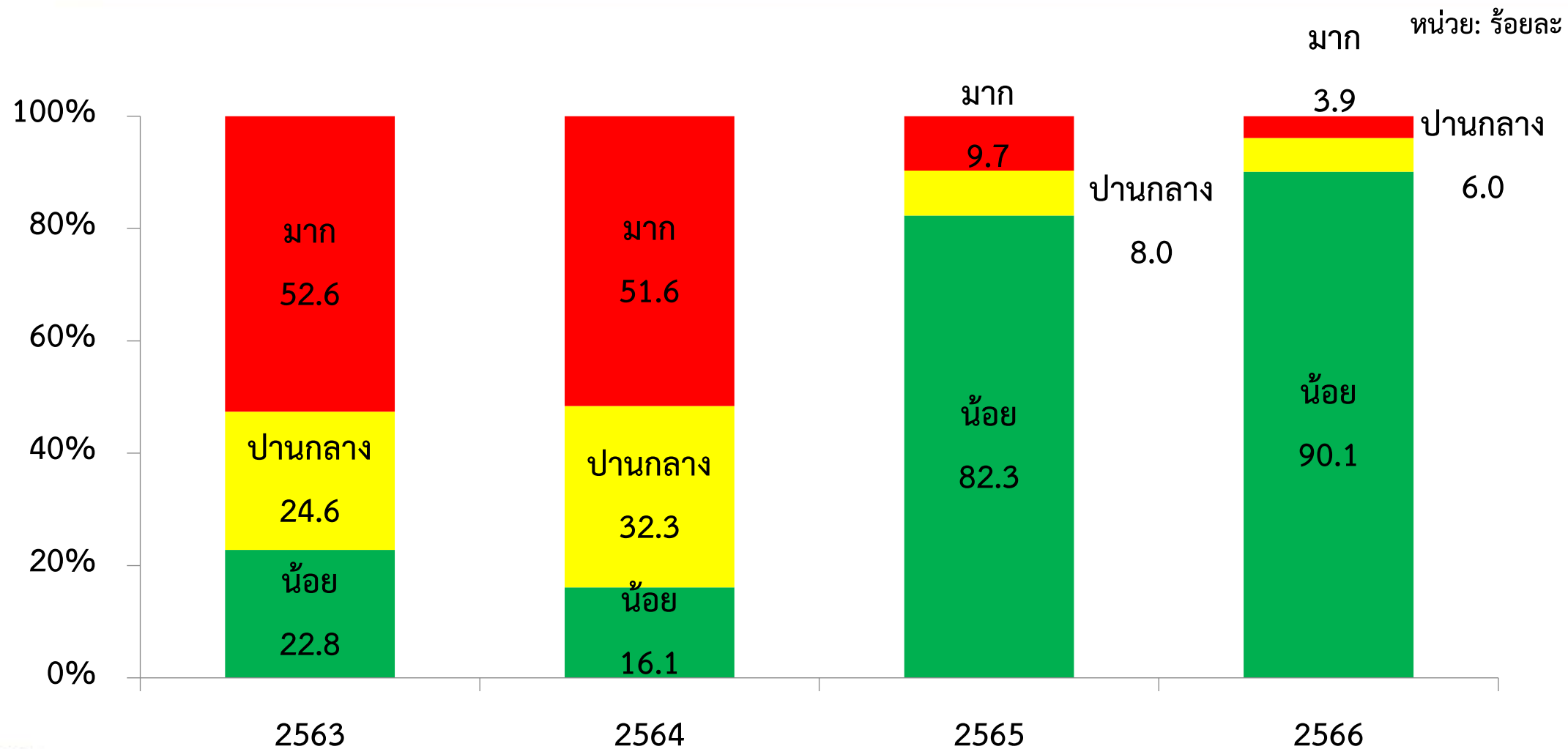
สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีผลต่อการตัดสินใจออกไปทำกิจกรรมวันวาเลนไทน์หรือไม่

หน่วย: ร้อยละ

	ฉลอง	ซื้อของขวัญ
ไม่มีผล	49.6	46.4
ไม่ออกไปแน่นอน	9.7	6.5
ออกไปแน่นอน	27.6	32.7
ไม่แน่ใจ	13.1	14.4



ความวิตกกังวลต่อสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ในปัจจุบัน





ความคิดเห็นเกี่ยวกับคู่รักกลุ่มใดที่มีการฉลองวันวาเลนไทน์โดยการมีเพศสัมพันธ์:

แยกตาม Gen

หน่วย: ร้อยละ

	นักเรียน	นักศึกษา	วัยทำงาน(โสด)	รวม
Gen Z	33.0	34.0	33.0	100.0
Gen Y	29.3	34.8	35.9	100.0
Gen X	28.5	42.4	29.1	100.0
BB	47.4	26.3	26.3	100.0
โดยรวม	30.6	35.7	33.8	100.1





สถานที่ที่วัยรุ่นอาจมีการฉลองวันวาเลนไทน์ โดยการมีเพศสัมพันธ์

หน่วย: ร้อยละ

	โรงแรม ม่านรูด	ห้องพัก รายวัน	อพาร์ ตเมนต์	บ้านที่ ไม่มีใครอยู่	สวนสาธารณะ	หอพัก/อพาท เมนต์ที่เช่าอยู่	รวม
Gen Z	23.1	25.0	7.1	7.1	9.0	28.8	100.0
Gen Y	30.3	19.1	7.8	7.6	8.0	27.1	100.0
Gen X	20.1	20.1	14.1	4.7	10.1	30.9	100.0
ภาพรวม	26.8	20.4	8.8	6.9	8.5	28.6	100.0





ทัศนะต่อคำพูดที่ว่า “การมีเพศสัมพันธ์ก่อนการแต่งงานเป็นเรื่องปกติสำหรับคนในปัจจุบัน”

หน่วย: ร้อยละ

	Gen Z	Gen Y	Gen X	Baby	โดยรวม
เป็นเรื่องธรรมดา	38.1	46.5	38.6	22.2	42.1
เป็นเรื่องที่ไม่ควรทำ	14.9	17.8	25.5	18.5	18.5
แล้วแต่มุมมอง	47.0	35.7	35.9	59.3	39.4
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

	กทม.และ ปริมณฑล	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	เหนือ	ใต้	โดยรวม
เป็นเรื่องธรรมดา	19.1	46.3	38.6	46.9	43.2	42.1
เป็นเรื่องที่ไม่ควรทำ	29.4	12.0	28.1	19.1	14.4	18.5
แล้วแต่มุมมอง	51.5	41.7	33.3	34.0	42.4	39.4
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



ท่านยอมรับได้หรือไม่หาก ภรรยา/สามี ของท่าน เคยมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานกับท่าน

หน่วย: ร้อยละ

กรณี ภรรยา ของท่านเคย
มีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานกับท่าน

กรณี สามี ของท่านเคย
มีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานกับท่าน

	ยอมรับได้ ยอมรับไม่ได้		ยอมรับได้ ยอมรับไม่ได้		ยอมรับได้ ยอมรับไม่ได้	
GenZ	75.7	24.3	77.2	22.8	74.1	25.9
GenY	72.2	27.8	75.1	24.9	70.0	30.0
GenX	62.1	37.9	61.8	38.2	61.8	38.2
BB	48.1	51.9	50.0	50.0	47.1	52.9
โดยรวม	70.5	29.5	72.4	27.6	68.8	31.2



ความรุนแรงของปัญหาเด็กและเยาวชนเมื่อเทียบกับในช่วงปัจจุบันกับ 3 ปีที่ผ่านมา

หน่วย: ร้อยละ

ปัญหา	ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	เพิ่มขึ้น
การคลอดแล้วทิ้ง	12.5	26.5	61.0
พ่อ-แม่ไม่มีวุฒิภาวะในการเลี้ยงดู	13.3	26.7	60.0
การล่วงละเมิดทางเพศของคนใกล้ชิด	15.5	24.7	59.8
มีเพศสัมพันธ์โดยไม่ป้องกัน(ไม่ใส่ถุงยางอนามัย)	15.6	26.1	58.3
การหาทางออกโดยการฆ่าตัวตาย ในเด็กที่เกิดจากการถูกกดดัน ตีกรอบ เป็นต้น	15.9	25.9	58.3
ล่อลวงทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่นหลอกให้รักแล้วขอเงิน	17.0	24.8	58.2
การแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบันทำให้ไม่คำนึงถึงอะไรถูกอะไรผิด ขอเพียงชนะก็พอ	14.9	27.0	58.1
การถูกล่วงละเมิด (การกลั่นแกล้ง) ของเยาวชนในปัจจุบัน	17.3	26.9	55.8
ล่อลวงทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่นหลอกถ่ายคลิปแบลคเมลล์	16.1	28.7	55.3
ยาเสพติด	11.4	40.9	47.7
การเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร	11.6	43.9	44.4
การตั้งครรภ์ก่อนแต่งงาน	18.5	38.1	43.4



ความกังวลต่อปัญหาเด็กและเยาวชนเมื่อเทียบกับในช่วงปัจจุบันกับ 3 ปีที่ผ่านมา

หน่วย: ร้อยละ

ปัญหา	ไม่กังวลเลย	กังวลน้อย	กังวลปานกลาง	กังวลมาก
ยาเสพติด	0.0	10.1	26.4	63.4
พ่อ-แม่ไม่มีวุฒิภาวะในการเลี้ยงดู	0.0	11.7	26.5	61.8
การคลอดแล้วทิ้ง	0.0	12.0	26.4	61.5
การล่วงละเมิดทางเพศของคนใกล้ชิด	0.0	13.6	25.5	61.0
การแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบันทำให้ไม่คำนึงถึงอะไรถูกอะไรผิด ขอเพียงชนะก็พอ	0.0	13.2	26.1	60.7
การหาทางออกโดยการฆ่าตัวตาย ในเด็กที่เกิดจากการถูกกดดัน ตีกรอบ เป็นต้น	0.0	14.8	25.1	60.1
มีเพศสัมพันธ์โดยไม่ป้องกัน(ไม่ใส่ถุงยางอนามัย)	0.0	13.3	27.3	59.5
การถูกบูลลี่ (การกลั่นแกล้ง) ของเยาวชนในปัจจุบัน	0.0	13.0	27.5	59.5
ล่อลวงทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่นหลอกถ่ายคลิปแบลคเมลล์	0.1	13.2	27.5	59.2
ล่อลวงทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่นหลอกให้รักแล้วขอเงิน	0.0	13.5	28.3	58.1
ขาดศีลธรรม	0.0	10.7	31.3	58.0
การตั้งครรภ์ก่อนแต่งงาน	0.0	11.8	31.5	56.6
การเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร	0.1	13.6	31.1	55.1





ความคิดเห็นต่อประเด็นเหล่านี้

หน่วย: ร้อยละ

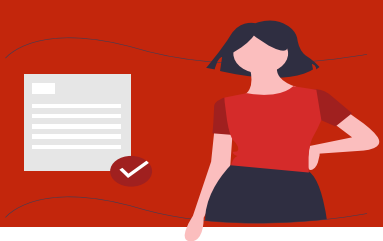
ประเด็น	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย มาก	ไม่แน่ใจ
โรงเรียนควรมีการสอนให้เด็กรู้จักการป้องกันตัว เมื่อถูกล่วงละเมิดทางเพศ	3.1	10.9	22.2	52.6	11.2
การแจกถุงยางในช่วงวันวาเลนไทน์	9.0	7.7	18.4	52.1	12.8
การทำแท้งแบบถูกกฎหมาย เช่น เมื่อแม่ไม่พร้อม เมื่อถูกข่มขืน เมื่อแม่ไม่สมประกอบ เป็นต้น	5.2	10.7	18.3	51.4	14.4
การสมรสเท่าเทียมกันของกลุ่ม LGBTQ (กลุ่มที่ ไม่มีระบุเพศ)	4.9	8.0	16.1	51.0	19.9
การอยู่กันก่อนแต่งงาน	12.4	11.7	17.7	44.0	14.3



สิ่งที่ประชาชนต้องการ

หากมีการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในวันนี้ สิ่งที่ท่านต้องการคือ...

สิ่งที่ประชาชนต้องการ	ร้อยละ
แก้ไขปัญหาการทุจริตทุกระดับ	24.6
สร้างความเท่าเทียมกันของคนในสังคม	14.2
สนับสนุนเงินทุนการศึกษาสำหรับผู้มีรายได้น้อย	12.0
ดูแลราคาสินค้าให้สอดคล้องกับรายได้ของผู้มีรายได้น้อย	10.7
การเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ดี	9.8
สร้างงานให้คนในพื้นที่	8.9
จัดหาที่อยู่อาศัยสำหรับคนว่างงาน	8.3
แก้ไขปัญหาอุตสาหกรรมที่ทำลายสิ่งแวดล้อม	5.0
ช่วยเหลือภาคธุรกิจที่มีโอกาสเติบโต	4.0
มีสวัสดิการให้ผู้สูงอายุอย่างเหมาะสม	1.9
อื่นๆ	0.5
รวม	100.0



สิ่งที่ประชาชนต้องการ: แยกตาม Generation

หากมีการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในวันนี้ สิ่งที่ท่านต้องการคือ...

สิ่งที่ประชาชนต้องการ	หน่วย: ร้อยละ				
	Gen Z	Gen Y	Gen X	Baby	ภาพรวม
แก้ไขปัญหาการทุจริตทุกระดับ	23.5 (1)	25.6 (1)	23.4 (1)	21.6 (1)	24.6 (1)
สร้างความเท่าเทียมกันของคนในสังคม	16.8 (3)	13.5 (2)	13.9 (2)	8.0	14.2 (2)
สนับสนุนเงินทุนการศึกษาสำหรับผู้มีรายได้น้อย	17.1 (2)	10.6	9.6	7.4	12.0 (3)
ดูแลราคาสินค้าให้สอดคล้องกับรายได้ของผู้มีรายได้น้อย	7.3	12.0 (3)	11.6 (3)	13.0 (3)	10.7
การเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ดี	9.2	9.2	11.4	16.7 (2)	9.8
สร้างงานให้คนในพื้นที่	7.9	9.6	8.2	8.0	8.9
จัดหาที่อยู่อาศัยสำหรับคนว่างงาน	9.3	8.4	7.8	2.5	8.3
แก้ไขปัญหาอุตสาหกรรมที่ทำลายสิ่งแวดล้อม	4.5	5.1	5.2	5.6	5.0
ช่วยเหลือภาคธุรกิจที่มีโอกาสเติบโต	2.5	4.2	5.6	4.9	4.0
มีสวัสดิการให้ผู้สูงอายุอย่างเหมาะสม	1.3	1.3	3.0	10.5	1.9
อื่นๆ	0.5	0.5	0.3	1.9	0.5
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0





สิ่งที่ประชาชนต้องการ: แยกตามภูมิภาค

หากมีการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในวันนี้ สิ่งที่ท่านต้องการคือ...

หน่วย: ร้อยละ

สิ่งที่ประชาชนต้องการ	กทม.และ ปริมณฑล	ตะวันออก เชียงใหม่	กลาง	เหนือ	ใต้	ภาพรวม
แก้ไขปัญหาการทุจริตทุกระดับ	18.9 (2)	23.6 (1)	22.5 (1)	24.9 (1)	31.9 (1)	24.6(1)
สร้างความเท่าเทียมกันของคนในสังคม	10.0	15.8 (2)	14.0 (3)	10.7 (3)	17.3 (2)	14.2(2)
สนับสนุนเงินทุนการศึกษาสำหรับผู้มีรายได้น้อย	4.9	13.9 (3)	11.3	11.5 (2)	13.0 (3)	12.0(3)
ดูแลราคาสินค้าให้สอดคล้องกับรายได้ของผู้มีรายได้น้อย	19.1 (1)	7.2	14.7 (2)	9.0	11.5	10.7
การเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่ดี	8.3	13.0	8.2	10.1	5.2	9.8
สร้างงานให้คนในพื้นที่	10.8	6.4	10.4	10.1	9.9	8.9
จัดหาที่อยู่อาศัยสำหรับคนว่างงาน	13.7 (3)	9.4	6.8	10.0	2.8	8.3
แก้ไขปัญหาอุตสาหกรรมที่ทำลายสิ่งแวดล้อม	2.7	5.8	3.8	6.3	4.1	5.0
ช่วยเหลือภาคธุรกิจที่มีโอกาสเติบโต	5.6	3.2	5.8	3.8	3.3	4.0
มีสวัสดิการให้ผู้สูงอายุอย่างเหมาะสม	2.7	1.6	1.7	3.2	0.8	1.9
อื่นๆ	3.2	0.1	0.8	0.3	0.3	0.5
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

